

СОВРЕМЕННЫЕ УПАКОВОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЫРОДЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Кригер, Ю.Г. Стурова

Сыр является одним из необходимых товаров в потребительской корзине покупателя. В связи с этим спрос на сыр достаточно устойчив. Но можно отметить некоторые колебания спроса и предложения. Высокое качество продукции, внедрение новых технологий и появление новых видов продукции позволяет увеличить объем продаж на региональном рынке.

Анализ конкурентной среды служит для формирования более полного и точного представления о внутренних мотивах поведения конкурентов

Высокое качество продукции, внедрение новых технологий и появление новых видов продукции позволяет увеличить объем продаж на региональном рынке. Полное использование производственных мощностей предприятия позволит получать максимальную прибыль.

Рыночные отношения значительно развиваются, производители, осуществляющие предложение, имеют только один эффективный способ удовлетворения потребительского спроса - это всевозможное повышение качества товара.

Неотъемлемой частью производственного процесса является упаковывание. Современные упаковочные технологии сделали огромный шаг вперед в улучшении санитарно-гигиенических показателей продукта и увеличении его срока годности. Нарезка сыра с помощью слайсера и применение вакуумного упаковщика позволяют конкурировать выпускаемому предприятием продукту с подобными товарами других производителей.

Ключевые слова: упаковка, сыр, качество, конкурентоспособность, нарезка, анализ, рынок, слайсер, полимерные материалы.

В Алтайском крае действует большое количество предприятий, занимающихся переработкой молока и производящих различные виды молочной продукции. Основными видами выпускаемой продукции являются: сыр, сливочное масло и др. На крупных и средних предприятиях края выпускаются десятки наименований молочной продукции под собственными торговыми марками.

Максимум усилий направляется на установление баланса между качеством продукции, доступностью для потребителя (при высокой цене молока-сырья), а также рентабельностью собственного производства [1, 2, 3]. Продукция маслосырдельных предприятий Алтайского края характеризуется высоким качеством и успешно конкурирует на рынке среди прочих производителей молочной продукции.

Ранее нами была рассмотрена экономическая деятельность предприятия, которая в целом охарактеризует потенциал маслосырдельных заводов города и края, имеющих средние объемы производства. Были пред-

ложены мероприятия по повышению конкурентоспособности сыродельного завода за счёт использования подсырной сыворотки для производства витаминных сывороточных напитков. Рассчитан экономический эффект от внедрения в производство витаминного сывороточного напитка, расфасованного в упаковку пюр-пак. Показано, что внедрение в производство предложенного продукта – это один из способов достижения успеха предприятием в острой конкурентной борьбе [4].

Целью данной статьи является рассмотрение других возможностей на пути повышения конкурентоспособности выпускаемой предприятием продукции.

ЗАО «Волчихинский маслосырзавод» реализует сыры различных наименований. Сыр - высокопитательный пищевой продукт, получаемый из молока путем ферментативной, кислотной или смешанной коагуляции белков, выделения сырной массы с последующей обработкой и созреванием. Рассмотрим структуру продукции, вырабатываемой предприятием (табл. 1).

Таблица 1 – Структура товарной продукции ЗАО «Волчихинский МСЗ»

Наименование	2013 г.		2014 г.		2015 г.	
	Выручка от продаж, тыс. руб.	Уд. вес, %	Выручка от продаж, тыс.руб.	Уд. вес, %	Выручка от продаж, тыс. руб.	Уд. вес, %
Сыр «Фаворит» 50%	5043	12,6	4615	12,2	4461	16,2
Сыр «Охотничий»	5369	13,4	5659	15,0	4584	16,7
Сыр «Брынза»	5368	13,4	5660	15,0	4582	16,7
Сыр «Витязь» 50%	9524	23,8	8962	23,8	5004	18,2
Сыр «Косичка элит»	5613	14,0	5661	15,0	4583	16,7
<i>Итого сыры</i>	<i>30917</i>	<i>77,2</i>	<i>30557</i>	<i>81,0</i>	<i>23214</i>	<i>84,5</i>
Масло «Крестьянское»	5938	14,8	5212	13,8	3805	13,9
Прочие виды продукции (сметана 15%, молоко 2,5 %)	3215	8,0	1940	5,2	449	1,6
Всего	40070	100,0	37709	100,0	27468	100,0

Как видно из таблицы 1, основное место в структуре товарной продукции на рассматриваемый период занимало производство сыра «Витязь» 50%; весомый удельный вес имеют сыры «Фаворит» 50%, «Охотничий», «Брынза». ЗАО «Волчихинский МСЗ» расширило ассортимент путем ввода нового вида продукции - сыр «Косичка элит».

Сыры перед реализацией проходят обязательную оценку качества. Оценка качества товаров проводится с целью выбора лучших вариантов продукта, а также при планировании производства новых видов продукции с более высокими потребительскими свойствами.

Оценка уровня качества осуществляется на основании бальной оценки. Для проведения бальной оценки исследуемых образцов сычужных сыров используют разработанную бальную шкалу в соответствии с ГОСТ 32260-2013.

Сыры, отнесенные по результатам органолептической оценки к категории ниже первого сорта, к реализации не допускаются, но могут быть использованы для переработки.

Сыр является одним из необходимых товаров в потребительской корзине покупателя. В связи с этим спрос на сыр достаточно устойчив. Но можно отметить некоторые сезонные колебания спроса и предложения. Так, в летнее время спрос на сыр снижается, но в это время у сельскохозяйственных предприятий увеличиваются объемы надоя, поэтому предложение превышает спрос. По окончании летнего сезона, особенно ближе к новогодним праздникам спрос на сыр возрастает, в это же время надой молока снижается, что приводит к превышению спроса над предложением.

На рынке села Волчиха сыр предлагают в основном производители Алтайского края, реже поставки осуществляют предприятия других областей.

Анализ конкурентной среды служит для формирования более полного и точного представления о внутренних мотивах поведения конкурентов.

Наиболее типичным является выделение трех агрегированных факторов, определяющих интенсивность конкуренции:

- распределение рыночных долей между конкурентами;
- темпы роста емкости рынка;
- рентабельность рынка.

Рассмотрим анализ сильных и слабых сторон фирмы в сопоставлении с возможностями и угрозами для нее во внешнем мире, посредством SWOT-анализа (Таблица 2).

На основе приведенного выше анализа (таблица 2) можно сделать выводы о потенциале развития ЗАО «Волчихинский масло-сырзавод», кроющегося в устранении угроз с помощью сильных сторон предприятия.

Понимание конкурентов и их действий дает несколько преимуществ.

Во-первых, знание сильных и слабых сторон стратегии, используемой конкурентом, позволяет предвидеть возможности и угрозы, требующие ответных действий. Во-вторых, оценка будущей стратегии конкурента позволяет предугадать возникновение новых возможностей и угроз. В-третьих, принятие тех или иных стратегических решений напрямую зависит от потенциальной реакции наиболее крупных конкурентов.

Наконец, анализ положения конкурентов позволяет выявить некоторые стратегические неопределенности, требующие мониторинга.

**СОВРЕМЕННЫЕ УПАКОВОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЫРОДЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Таблица 2 - SWOT-анализ

	<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Большой опыт-10 2. Высокое качество продукции-10 3. Высокая известность компании-7 4. Высокий объем продаж-9 5. Широкий ассортимент-7 6. Обученный персонал-9 7. Удобное расположение -9 8. Производственные мощности -8 <p>Сумма = 69</p>	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Неизвестная торговая марка-8 2. Нет послепродажного обслуживания-10 3. Некруглосуточное обслуживание клиентов-8 4. Кассовое, сервисное обслуживание-6 <p>Сумма = 32</p>
<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление новых конкурентов-10 2. Слабость поставщиков-8 3. Сезонный спад-8 4. Низкий уровень доходов в регионе-8 5. Низкая заинтересованность рядовых сотрудников в развитии предприятия-8 6. Высокий уровень инфляции-6 <p>Сумма = 48</p>	117	80
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Новые виды продукции -10 2. Новые технологии -10 3. Дополнительные услуги-5 4. Увеличение количества рекламы-9 5. Увеличение объема продаж-9 6. Расширение ассортимента товаров под собственной торговой маркой-7 7. Налаживание работы с поставщиками других регионов-9 <p>Сумма = 59</p>	120	91

Высокое качество продукции, внедрение новых технологий и появление новых видов продукции позволяет увеличить объем продаж на региональном рынке. Полное использование производственных мощностей предприятия позволит получать максимальную прибыль.

Для того чтобы определить какую позицию занимает предприятие, необходимо выяснить какую долю оно имеет на рынке и каковы темпы роста. Рассмотрим матрицу Бостон Консалтинг Групп (БКГ) на рисунке 1.

		Относительная доля на рынке	
		Большая	Маленькая
Темпы роста рынка	высокие	«Звезда» - быстро развивающиеся направления деятельности, товары, имеющие большую долю рынка	«Трудный ребенок» - товары, имеющие небольшую долю быстрорастущих рынков
	низкие	«Дойная корова» - товары с низкими темпами роста и большой долей рынка	«Собака» - товары с низкими темпами роста и небольшой долей рынка

Рисунок 1 - Матрица Бостон Консалтинг Групп (БКГ)

Таким образом, к категории товаров «звезда» мы отнесем сыр Адыгейский, который поступил в продажу совсем недавно и пользуется спросом у покупателей. К категории товаров «дойная корова» мы с уверенностью отнесли такие сыры, как Фаворит и Витязь, так как данные сыры на рынке давно и уверенно занимают свою нишу, пользуются большим спросом у покупателей. К категории товаров «собака» нами было отнесено молоко 2,5% жирности. Это связано с тем, что уровень потребления данного продукта не высок, так как у большинства населения Волчихинского района имеется личное подсобное хозяйство, а также у покупателей пользуется спросом молоко повышенной жирности, которое ЗАО «Волчихинский маслосырзавод» не производит.

По матрице БКГ ЗАО «Волчихинский маслосырзавод» находится в средней позиции между «трудным ребенком» и «звездой», так как темп роста рынка относительно высокий. Рынок молочной продукции в настоящее время развивается и спрос на молочную продукцию увеличивается. Предприятие имеет среднюю долю на рынке, так как она по сравнению с крупными предприятиями, такими как ОАО «Лакт», ООО «БМК», ЗАО «Столица Молока», которые тоже реализуют свою продукцию в Алтайском крае и за ее пределами, не сильно узнаваемо на рынке. И только в последние годы, приобретая усовершенствованные производственные мощности, предприятие стало быстро развиваться и есть перспектива, что ЗАО «Волчихинский маслосырзавод» будет иметь относительно высокую долю на рынке. То есть происходит типичный путь развития от «трудного ребенка» до «звезды».

В 2011 году на предприятии была запущена автоматизированная линия итальянской компании Reda по приемке и бактофугированию. Главная особенность новых технологических процессов заключена в том, что ручной труд сведен к минимуму. Изготовление сыра протекает в автоматическом режиме и процесс полностью контролируется автоматизированной системой. Все новейшее оборудование помогает выпускать продукцию высочайшего уровня.

Предприятие ежегодно принимает участие на выставках и ярмарках в отрасли пищевой и перерабатывающей промышленности в Новосибирской области, Алтайском крае, Кемеровской области, Москве и зарубежных странах. Основной целью участия является позиционирование своей продук-

ции, а также демонстрация достижений для поддержания имиджа.

Представим предложения по совершенствованию качества сыра, реализуемого предприятием

Неотъемлемой частью производственного процесса является упаковывание [5, 6]. Современные упаковочные технологии сделали огромный шаг вперед в улучшении санитарно-гигиенических показателей продукта и увеличении его срока годности [7, 8]. Важнейшей функцией упаковки любого пищевого продукта является гарантия сохранения его качества и свойств от выпуска и производства до конечного потребителя [9]. Благодаря своим свойствам: эргономичности, эстетичности, функциональности, она является одним из параметров, которые привлекают покупателей и вызывают желание совершить покупку.

Именно в сыроделии наиболее полно востребованы специфические свойства полимерных материалов, позволяющие перейти к созреванию сыров в замкнутой полимерной оболочке. Благодаря комплексу барьерных и структурных характеристик она обеспечивает протекание сложных биохимических и микробиологических процессов преобразования сырной массы в полноценный готовый продукт [10]. Одновременно осуществляется минимизация потерь и трудовых затрат по уходу за сыром и достигается защита продукта от нежелательных воздействий.

Полимерные материалы также незаменимы при хранении и транспортировке готовой продукции, фасовке, реализации фасованной и упакованной продукции. Способность полимерных материалов к термоформовке и термосвариванию одновременно с высокими их защитными свойствами обеспечивает постоянный рост этого сегмента рынка полимерных материалов.

По мнению ведущих специалистов, рынок фасованного сыра в России в 2016 г. и в последующие годы будет расти за счет увеличения объемов и видов фасованной продукции и выявления новых видов упаковки, в том числе брендовой продукции.

Современные полимерные материалы также незаменимы для упаковки новых видов сыров и сырных продуктов. Цель упаковки - не только пролонгированная защита от потерь и микробиальной, окислительной порчи, но и позиционирование на рынке новых брендов, сочетающих отличительные признаки продукта и упаковки; для последней, в

СОВРЕМЕННЫЕ УПАКОВОЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЫРОДЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

частности, экологическую безопасность и одновременно эффективные защитные свойства при гарантированной гигиенической безопасности используемых материалов.

Лучшая упаковка – это экологичная упаковка, которая будет выгодно выделяться на полке, максимально точно и полно доносить до потребителя всю информацию, которую хотел сообщить производитель. Процесс упаковки при этом должен быть полностью автоматизирован, а затраты на его обслуживание (в том числе трудовые ресурсы), стоимость материалов, расходы на логистику и транспорт – оптимально подобраны и по возможности минимизированы. Это идеальная модель упаковки.

В связи с этим, мы предлагаем системный подход, который будет реализовываться в покупке нового оборудования, а именно слайсера Beckers ES 300 и вакуумного упаковщика DZ-400/2Т.

Слайсер Beckers ES 300 относится к полуавтоматическим машинам с ручной подачей для ровной нарезки гастрономических продуктов: колбасных изделий, твердых сыров, копченостей и т.д. и обладает следующими характеристиками: встроенным заточным устройством; корпусом из анодированного полированного алюминия; регулированием толщины нарезки от 0 до 15 мм; термическим блокиратором, автоматически останавливающим машину в случае перегрева двигателя; профессиональным хромированным лезвием с двухсторонней заточкой; ряд моделей оснащен цифровым дисплеем; напряжением питающей сети 220В/50Гц.

Цена оборудования составляет 34120 рублей.

Слайсер Beckers ES 300 изображен на рисунке 2.



Рисунок 2 - Слайсер Beckers ES 300.

Вакуумный упаковщик DZ-400/2Т

Вакуумные упаковочные аппараты серии DZ относятся к классу профессиональных промышленных вакуум-упаковочных машин камерного типа и предназначены для упаковки под вакуумом как пищевых, так и непищевых продуктов. Они характеризуются полной функциональностью, простотой управления и широкой областью применения упаковочного материала, как мягкого пленочного, так и алюминизированного. Упакованные продукты и товары защищены от окисления, плесени, гнили и сырости.

ПОЛЗУНОВСКИЙ ВЕСТНИК № 1 2018

С помощью вакуумного упаковщика создаются оптимальные условия хранения продукции. Вакуумная упаковка увеличивает сроки хранения и придает аккуратный вид продукции. Использование такого вида упаковки позволяет устранить негативное влияние на продукт кислорода, света, перепада температур, микроорганизмов, предотвратить заветривание и загрязнение продуктов, их усушку. Продукт сохраняет необходимые эксплуатационные свойства.

Цена данного упаковщика составляет 41990 рублей.

Вакуумный упаковщик DZ-400/2T изображен на рисунке 3.



Рисунок 3 - Вакуумный упаковщик DZ-400/2T

В сумме на приобретение оборудования необходимо 76110 рублей. Поскольку предложенное предприятию производство витаминных сывороточных напитков [4] будет приносить прибыль от продаж около 16740 руб./мес., то за счет этих средств есть возможность окупить комплекс оборудования за 4,5 месяца. Также благодаря использованию вакуумной упаковки ЗАО «Волчихинский маслосырзавод» сможет конкурировать с подобными товарами других производителей. Это позволит предприятию закрепить свои позиции на рынке, расширить рынок сбыта и увеличить объем продаж.

Таким образом, в условиях научно-технического прогресса, растущего насыщения потребительского рынка товарами, разнообразными и утончающими человеческие потребности, значение потребительской стоимости, т.е. способности продукции удовлетворять человеческие потребности, неизмеримо возрастает. Рыночные отношения значительно развиваются, производители, осуществляющие предложение, имеют только один эффективный способ удовлетворения потребительского спроса - это всевозможное повышение качества товара. Для достижения успеха в конкурентной борьбе повышение качества товаров и услуг, общественной зна-

чимости потребительской стоимости имеет первостепенное значение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мокроусова А.В. Сыр любит душу и руки сыродела // Переработка молока. – 2016. - №8 (203). – С. 6-9.
2. Маршнер У. Российское сыроделие в условиях экономического кризиса и продления санкций // Сыроделие и маслоделие. – 2016. – № 6. – С. 10-11.
3. Рыбалова Т.И. Молочная индустрия России в первом полугодии 2016 года // Сыроделие и маслоделие. – 2016. – № 8. – С. 5-8.
4. Кригер А.В. Использование подсырной сыворотки для производства витаминных напитков, как фактор повышения конкурентоспособности предприятия / А.В. Кригер, Ю.Г. Стурова // Ползуновский вестник. - 2016. - №3. – С. 18-23.
5. Чуйков В.А. Индустрия упаковки. Вызовы и реальность / Молочная промышленность. – 2016. - №11. – С. 4-6.
6. Деменко А. Особенности упаковки как фактор успеха продаж на рынке молочных продуктов / Молочная промышленность. – 2016. - №11. – С. 11-15.
7. Свириденко Г.М. Вид и способ упаковки как факторы риска, влияющие на безопасность, качество и сроки годности плавленого сыра / Г.М. Свириденко, М.Б. Захарова, Н.Г. Бабкина // Сыроделие и маслоделие. - 2016. - №5. - С. 20-24.
8. Орлова Е.А. Влияние барьерных показателей полимерных пакетов на качество и хранимость фасованных сыров / Сыроделие и маслоделие. - 2016. - №6. - С. 12-14.
9. Дунаев А.В. Влияние упаковочных материалов на качество копченых плавленых сыров и сырных продуктов / Сыроделие и маслоделие. - 2016. - №6. - С. 24-26.
10. Стурова Ю.Г. Влияние температуры и активной кислотности на молокосвертывающие ферментные препараты животного происхождения / Ю.Г. Стурова, А.В. Кригер, Е. О. Безбородова // Ползуновский вестник. - 2013. - №4-4. – С. 95-100.

Кригер Анастасия Викторовна,
к.т.н., доцент, Ст. научный сотрудник,
ФГБНУ «Сибирский научно-исследовательский институт сыроделия»,
8(3852) 56-46-16, sibniis.altai@mail.ru;

Стурова Юлия Геннадьевна, к.т.н.,
доцент кафедры «Технологии продуктов питания» ФГБОУ ВПО АлтГТУ им. И.И. Ползунова,
тел.: 8(3852) 29-07-35,
y_sturova79@yahoo.com.